# 特许经营模式在中国发展障碍及对策分析

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-03-28

*被誉为“21世纪最成功的商业模式”，特许经营本身是 现代 商业必然 发展 和 时尚 的经营模式之一，在产业发展瞬息万变的二十一世纪里，也适合 时代 消费变化客观需求，经营业者通过降低成本给标准化服务实现 科学 化管理，是连锁业特有的经营方式...*

被誉为“21世纪最成功的商业模式”，特许经营本身是 现代 商业必然 发展 和 时尚 的经营模式之一，在产业发展瞬息万变的二十一世纪里，也适合 时代 消费变化客观需求，经营业者通过降低成本给标准化服务实现 科学 化管理，是连锁业特有的经营方式。

根据 中国 商业连锁协会的定义，对其表述为：特许人将自己所拥有的商标（包括服务商标）、商号、产品、专利和专业技术、经营模式等以特许经营合同的形式授予特许人使用，受许人按合同规定在特许人统一的业务模式下从事经营活动，并向特许人支付相应的费用。

特许经营是一种知识产权的总体转让，不仅包括专利、商标等 工业 产权的转让，也包括技术秘密和商业秘密等专有技术的转让，这种知识产权是一种较容易让人接受的无形资产也是一种最不容易被人模仿的无形资产，并且不受资金、地域、时间等各方面的限制。因此自从特许经营在美国发起后，迅速在全球范围内发展。

特许经营造就了一大批知名的 企业 集团，但在中国的发展却遭受挫折。全球最大的特许经营集团——美国腾胜酒店旗下的“速8”在中国遭遇诟病，要将特许经营转为直销；沃尔玛自1996年进入中国后，十年仍处于亏损状态；特许经营中的虚假宣传，利用特许经营诈取资金的现象；“僖加”案件……这些不能不说明特许经营在中国还存在着一定的障碍。深入探析特许经营模式在中国的障碍，并提出相应的改善措施已是当务之急。

一、中国特许经营的现状

根据中国加入WTO的相关承诺，2005年初，中国取消了对外资特许经营的所有限制性规定。随后商务部出台了从2005年2月1日起正式实施的《商业特许经营管理办法》。《商业特许经营管理办法》的实施促使外资加快进军中国特许经营市场。中国 目前 特许经营的现状可用“热火朝天”来形容：

与其他经营模式比较而言，特许经营具有风险低、发展快、入行容易等特点，因此备受商界的推崇。经过100多年的发展，特许经营已在全球塑造了麦当劳、Mailbox、肯德基等知名品牌。在欧美国家有七成以上的商业企业是以特许加盟的模式运作和管理的。现在的中国，民间投资资金急速膨胀，大众消费能力的日益提高，促使特许经营得以快速发展，正是投资者进入市场的好时机。

由于我国地域广阔，人口众多，企业通过特许经营方式，可以有效形成巨大的营销 网络 ，其经营涉及众多领域。近年来，特许经营在我国的餐饮、零售、清洗、家政、汽车维护、 教育 培训等多个领域迅速的发展起来。

二、特许经营发展中存在的 问题

（一）国民 法律 意识淡薄，法律法规不健全

特许经营是法制 社会 的产物，它的运行是以特许人授予他人经营权为前提，以双方按合同规定条约维系特许经营为准则，以严格界定双方利益，实现双赢为目的的法治行为。而我国由于法制建设时间不长，加上几千年人治文化的 影响 ，国民普遍缺乏法律意识，尤其是对知识产权的认识。这种对知识产权认识的盲区，导致一系列侵犯知识产权的行为：模仿甚至直接假冒知名特许经营店；加盟商违反特许经营协议的有关规定，私自在店内经销假冒伪劣产品；特许者只注重加盟商数量的扩张和收取加盟费，忽视维护特许经营系统的形象和声誉。

法律的保障是特许经营健康发展的条件。目前我国关于特许经营的法规只有商务部在2005年2月1日起正式实施的《商业特许经营管理办法》，对特许经营的法律关系的调整还主要依赖于其他民、商法的补充 应用 。适用或类推的法律有：《商标法》、《专利法》、《技术合同法》、《反不正当竞争法》、《民法通则》、《技术引进合同管理条例》、《工商企业登记条例》等有关知识产权保护的法律。政府部门的有关规章在肯定了特许经营的合法性，对特许经营的发展、规范起到一定的积极作用的同时，仍然存在许多不完善的地方，这些法律中的有些条款是与特许经营不相适应的：连锁店字号登记问题、总店指定供货问题、限制价格、限制加盟店在合同期满后继续使用总店经营技巧、限制加盟店在合同期满后从事与总店产生竞争的业务问题等等的都没有很好的用法律来规避。

（二）特许经营管理系统不够完善

特许经营是一种知识产权的总体转让，不仅包括专利、商标等工业产权的转让，也包括技术秘密和商业秘密等专有技术的转让。

授许者按照特许经营合同的规定，要求各加盟者严格按照总部的作业规范进行操作。但是有些加盟者一旦熟悉整个商店的运作之后，就会认为总部的若干作业规定不尽合理，如果是基于善意而向总部提出，总部也会乐于接受。但如果是自作主张就会出现问题。特别是在销售的商品在自家店内加工制造的情况下，如果是改变制造的 方法 ，或是更改加工的时间，或是调换作业的顺序，以致总部的种种规定都不予在意或不予执行，那么加盟店实际上已失去了总部的支援，成为孤军奋战了。

总部的种种作业规定，一定有其强势特色，擅自更改就丧失了它的特色，尤其品质方面更是如此。品质一旦不稳定，特色一旦丧失，顾客是很敏感的，慢慢地就会远离而去。全球最大的 经济 型酒店“速8”特许加盟的经营模式在中国开始遭受诟病不能不说是一个前车之鉴。按照“速8”的做法，其每家店提供的服务并不完全统一。位于北京王府井的天瑞“速8”酒店是“速8”进入中国市场的第一家加盟店，这里标准间价格是388元。而位于苏州的金瀚林“速8”酒店，标准间价格仅为168元。在国内同行看来，各店之间的质量、服务和价格不统一，是加盟店的大忌。

（三）加盟者加盟动机偏颇，短期行为严重

以日本的摩斯汉堡（Mosburger）为例，日本人相当自豪其95%的高成功率，但即使如此，也表示有5%的失败率。该公司从一年间的1000位加盟应征者中严加挑选，最后缔结契约的仅是其中的5%，即50人。尽管这50人具备了强烈的创业意愿，和总公司具有同样的经营理念，最后的结果也有5%的不成功率。

从国外众多失败的案例可以看出，最重要的失败原因还是加盟动机偏颇。认为加盟，就可以躺着什么也不干，一切由总部来管理。连锁总部是拥有若干的成功实例，但其他地区经营成功的例子，并不表示在本地由你和总部经营就会成功。总部和加盟店是两个完全不同的事业体，总部提供（销售）的，只是一套加盟营运组合，加盟者必须按照它的经验和指导，按部就班而切实地去执行，才有可能获得成功，换句话说，该加盟可能获得成功，加盟者和总部均需付出努力，即使总部所提供的加盟营运组合是放之四海而皆准的，尽管总部努力在发挥指导、督促的功效，假若你不作相对的投入，那最后就只有站到失败者的队列中了。

至于总部，其努力扶持你成功，固然是基于加盟契约；但另一方面，你的成功也代表了它的成功，除了你可帮其促销产品拓展市场外，也有利于招募新的投资加盟者。所以你（加盟后）和连锁总部固然是两个不败事业体，但是在某种意义来说，却又是“命运共同体”。

作为商业行为，投资汇报始终是加盟者最关心的 问题 。特许经营是“借牌生财”，投资风险远比独自创业低。不仅如此，部分总部还打出投资汇报期为三个月的广告来吸引加盟者。所以加盟者就盲目的认为特许经营只是一种短期的行为。就 目前 中国 特许经营的现状来看，特许经营加盟的合约的期限和都很短，一般只5～10年，这一方面显示出受许人对特许经营事业没有足够的信心，另一方面也使特许人在对特许经营事业的 发展 缺乏中长期的规划。这种功利主义的短期行为严重 影响 了我国特许经营的健康发展。

三、特许经营在发展中的应对策略

（一）完善特许经营 法律 体系

特许经营在一个国家或地区的推广和发展，都离不开良好的法制环境和政策环境，制定和完善特许经营有关法律制度，是维护加盟双方合法权利、特许经营正常发展的有力保证。美国有段时间曾出现一些不法之徒打着特许经营旗号诈取加盟金的事例，直到1971年出台《连锁加盟法》和《连锁店统一加盟需知》后，这些不法行为才得以制约。

中国在发展特许经营实践中应吸取教训，中国商务部颁布的《商业特许经营管理办法》对开展特许经营资格的审核、特许经营的信息披露、特许者与加盟者的权力义务规定、特许经营的基本方式、特许经营的知识产权的保护、以及与特许经营相关的工商登记、财务、税收等方面做了明确的法律规定，已在一定程度上对特许经营的健康发展起到积极的推动作用，在具体实施的时候，还可以根据本地情况制定特许经营地方性法规和管理制度，如《特许经营规范标准》、《特许经营检查验收制度》等，并不定期组织有关人员进行检查，对不符合要求的限期整改，使特许经营监督纳入法制和有序轨道。

（二）成立特许经营协会，加强特许经营规范化运作

在国外，特许经营协会是加强和约束特许经营道德行为规范的最有力的组织，只有成为特许经营协会会员的 企业 才能取得加盟者的信任，才有资格有能力开展特许业务。中国特许经营协会的成立，特许经营官方网站的建立，把一部分原来政府的行业管理职能承担起来，起到了沟通政府与企业之间、加盟总部之间、加盟者之间、加盟总部与加盟者之间的桥梁作用。

（三）实施倾斜政策，扶植名牌商品和名牌企业

政府要切实推动特许经营发展，应将扶植名牌、宣传名牌、保护名牌、发展名牌作为一项重要工作来抓，通过对市场的建设、指导、扶助、监督等措施，促进名店和名牌商品的健康有序发展。这一工作涉及 社会 各个方面，需要各有关部门的大力支持。对于已有一定声誉的商标和商号，各地政府应优先给予注册登记，防止他人乘虚而入，避免企业遭受不必要的损失，对于一些有希望成为名牌的项目，政府部门应积极协调社会关系，实施必要的倾斜政策加以扶植，对于那些有多年经营 历史 的传统老字号，比如北京全聚德、仁和药店等，政府应鼓励支持他们开拓特许经营业务，鼓励他们走向全国，走出国门，积极拓展市场，进一步提高企业的知名度，做成世界品牌。

（四）培养特许经营专才，提高特许经营者素质

从事特许经营的人才应该是懂得知识产权、商业管理以及相关法律知识的专业人才。企业可以在内部自己培养人才，也可以和高校合作，建立人才储备基地，为企业的可持续发展建立“智力资本库”。

我国的特许经营是在我国特有的市场 经济 环境下开始的，有着鲜明的中国特色。在企业内部培养人才，有助于人才熟悉未来的经营土壤，了解竞争的内外部竞争环境，减轻因环境不适应而产生的经营成本。

与此同时，我国高校毕业生资源丰富，特许经营组织应抓住机遇，与高校联合建立自己的人才培训和培养基地，这样不仅能降低培训成本，而且也加强了企业与外部的联系，一箭双雕。

通过政府的有效引导，法律体系的完善，特许经营人才的培养以及特许经营行业组织的建立，必将能很好的规范特许经营者行为，为特许经营在中国的健康发展提供肥沃的土壤。

【 参考 文献 】 [2] 商务部令（2004年第25号）．商业特许经营管理办法[J]．连锁与特许，2005，

（2）．

[3]程乐砚．促进我国特许经营发展的相关政策建议[J]．连锁与特许，2005，

（1）．

[4]胡剑波．论特许经营及其在我国的发展[J]．安徽水利水电职业技术学院学报，2005，

（6）．

[5]耿玉德，孙蕊．浅谈特许经营[J]．黑龙江对外经贸，2005，

（1）．

[6]冯成伟．我国特许经营发展存在的问题 分析 [J]．山东商业职业技术学院学报，2005，

（3）．

[7]陈敏莉．中国特许经营的困境与出路 [J]．世界，2005，

（7）．

[8]黄成明．中国特许经营现状的实证分析[J]．经济与管理 研究 ，2005，

（1）．

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn